

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Umum

Bulog dibentuk pada tanggal 10 Mei 1967 berdasarkan keputusan Presidium Kabinet No.114/U/Kep/5/1967 dengan tujuan pokok untuk mengamankan penyediaan pangan dalam rangka menegakkan eksistensi pemerintahan baru. Peraturan ini direvisi melalui Keppres No. 39 Tahun 1969 Tanggal 21 Januari 1969 dengan tugas pokok melakukan stabilisasi harga beras, dan direvisi kembali melalui Keppres No. 39 Tahun 1987, yang dimaksudkan untuk menyongsong tugas Bulog dalam rangka mendukung pembangunan komoditas pangan yang multikomoditas. Perubahan berikutnya dilakukan melalui Keppres No. 103 Tahun 1993 yang memperluas tanggung jawab Bulog mencakup koordinasi pembangunan pangan dan meningkatkan mutu gizi pangan, yaitu ketika Kepala Bulog dirangkap oleh Menteri Negara Urusan Pangan.

Pada tahun 1995, keluar Keppres No. 50 untuk menyempurnakan struktur organisasi Bulog yang pada dasarnya bertujuan untuk lebih mempertajam tugas pokok, fungsi serta peran Bulog. Tanggung jawab Bulog lebih difokuskan pada peningkatan stabilisasi dan pengelolaan persediaan bahan pokok dan pangan. Tugas pokok Bulog sesuai Keppres tersebut adalah mengendalikan harga dan mengelola persediaan beras, gula, gandum, terigu, kedelai, pakan, dan bahan pangan lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka menjaga kestabilan harga bahan pangan bagi produsen dan konsumen serta memenuhi

kebutuhan pangan berdasarkan kebijaksanaan umum pemerintah. Namun tugas tersebut berubah dengan keluarnya Keppres No. 45 Tahun 1997, di mana komoditas yang dikelola Bulog dikurangi dan tinggal beras dan gula. Kemudian melalui Keppres No. 19 Tahun 1998 Tanggal 21 Januari 1998, Pemerintah mengembalikan tugas Bulog seperti Keppres No. 39 Tahun 1968. Selanjutnya melalui Keppres No. 19 tahun 1998, ruang lingkup komoditas yang ditangani Bulog kembali dipersempit seiring dengan kesepakatan yang diambil oleh Pemerintah dengan pihak IMF yang tertuang dalam *Letter of Intent* (LoI).

Tugas pokok Bulog dalam Keppres tersebut dibatasi hanya untuk menangani komoditas beras sedangkan komoditas lain yang dikelola selama ini dilepaskan ke mekanisme pasar. Arah pemerintah mendorong Bulog menuju suatu bentuk badan usaha mulai terlihat dengan terbitnya Keppres No. 29 Tahun 2000, di mana di dalamnya tersirat Bulog sebagai organisasi transisi (tahun 2003) menuju organisasi yang bergerak di bidang jasa logistik di samping masih menangani tugas tradisionalnya. Pada Keppres No. 29 Tahun 2000 tersebut, tugas pokok Bulog adalah melaksanakan tugas pemerintah di bidang manajemen logistik melalui pengelolaan persediaan, distribusi dan pengendalian harga beras (mempertahankan Harga Pembelian Pemerintah – HPP), serta usaha jasa logistik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Arah perubahan tersebut semakin kuat dengan keluarnya Keppres No. 166 Tahun 2000, yang selanjutnya diubah menjadi Keppres No. 103/2000. Kemudian diubah lagi dengan Keppres No. 03 Tahun 2002 Tanggal 7 Januari 2002 dimana tugas pokok Bulog masih sama dengan ketentuan dalam Keppers No. 29 Tahun 2000, tetapi dengan nomenklatur yang berbeda dan

memberi waktu masa transisi sampai dengan tahun 2003. Akhirnya dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 7 Tahun 2003 Bulog resmi beralih status menjadi Perusahaan Umum (Perum) Bulog.

4.2. Gambaran Umum

Perum Bulog merupakan kepanjangan dari Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik yang merupakan Perusahaan Umum Milik Negara yang mengelola logistik pangan. Bulog bertugas untuk distribusi dan stabilisasi harga bahan pangan seperti beras, daging, bawang merah, bawang putih dan gula pasir. Bulog juga bertugas untuk pengadaan beras dalam negeri, menyalurkan bahan pangan bersubsidi kepada sasaran masyarakat tertentu dan mengelola cadangan beras pemerintah (CBP). Selain itu Bulog juga memiliki lingkup bisnis meliputi usaha pergudangan logistik, pemberantasan hama, perdagangan komoditi pangan, usaha eceran dan sebagainya.

Perum Bulog memiliki kantor pusat di Jakarta Selatan dan memiliki cabang yang disebut Divisi Regional (Divre) yang terdapat di 26 provinsi dengan Kantor Bulog (Kanlog) yang berjumlah 30 tersebar di seluruh Indonesia. Setiap Divisi Regional mempunyai sub cabang yang disebut Sub Divisi Regional (Sub Divre) berjumlah 101 yang menangani 463 gudang di setiap wilayah yang dibawahinya. Divisi Regional dibagi berdasarkan provinsi bertugas untuk mengelola logistik secara keseluruhan dalam satu provinsi, sedangkan Sub Divisi Regional dibagi berdasarkan wilayah kerjanya bertugas mengelola logistik dalam satu atau beberapa kota yang disatukan menjadi satu wilayah.

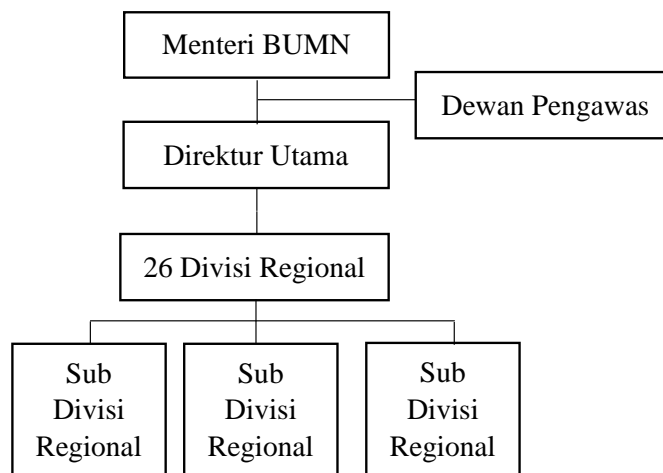
Perum Bulog memiliki visi untuk menjadi perusahaan pangan yang unggul dan terpercaya dalam mendukung terwujudnya kedaulatan pangan, sedangkan misinya adalah sebagai berikut.

1. Menjalankan usaha logistik pangan pokok dengan mengutamakan layanan kepada masyarakat.
2. Melaksanakan praktik manajemen unggul dengan dukungan sumber daya manusia yang profesional, teknologi yang terdepan dan sistem yang terintegrasi.
3. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik serta senantiasa melakukan perbaikan yang berkelanjutan.
4. Menjamin ketersediaan, keterjangkauan, dan stabilitas komoditas pangan pokok.

Dalam hal pengadaan, Bulog menjadi salah satu alternatif pasar bagi petani dan menjamin produksi dalam negeri. Hal tersebut dapat membantu mewujudkan pilar ketahanan pangan yaitu ketersediaan pangan karena pangan selalu terjamin persediaannya dan dapat dikelola dengan baik oleh Bulog. Pengadaan pangan oleh Bulog penting mengingat distribusi pangan di Indonesia belum merata sehingga Bulog dapat berperan untuk meratakan distribusi pangan sesuai kebutuhan. Penyerapan bahan pangan melalui pengadaan juga dapat menstabilkan harga dengan menjaga suplai bahan pangan dipasar.

4.2.1. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi dan uraian tugas dalam penulisan ini membatasi penulisannya pada Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu pada Seksi Komersial walaupun secara umum digambarkan struktur organisasi tingkat pusat maupun tingkat Divisi Regional. Struktur organisasi dari Pusat hingga Sub Divisi Regional digambarkan pada ilustrasi berikut.



Ilustrasi 1. Struktur Organisasi Bulog Secara Umum

Organisasi Perusahaan Umum Bulog disusun dalam 2 tingkat yaitu sebagai berikut.

1. Tingkat Pusat (Direktur Utama)
2. Tingkat Daerah (Divisi Regional dan Sub Divisi Regional)

Organisasi tingkat pusat terdiri dari:

1. Direktur Utama
2. Direktorat Operasional dan Pelayanan Publik
3. Direktorat Pengadaan

4. Direktorat Komersial
5. Direktorat Pengembangan Bisnis dan Industri
6. Direktorat Keuangan
7. Direktorat Sumber Daya Manusia dan Umum

Organisasi tingkat daerah terdiri dari:

1. Divisi Regional

Divisi Regional berdomisili di tingkat provinsi, berada di bawah Kantor Pusat dan bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama. Susunan organisasi Divisi Regional terdiri dari:

- 1) Kepala
- 2) Bidang Pengawasan
- 3) Bidang Pelayanan Publik
- 4) Bidang Komersial
- 5) Bidang Administrasi dan Keuangan

2. Sub Divisi Regional

Sub Divisi Regional merupakan gabungan beberapa kabupaten/kota dalam provinsi, berada di bawah Divisi Regional dan bertanggung jawab sepenuhnya kepada Divisi Regional. Susunan Organisasi Sub Divisi Regional terdiri dari:

- 1) Kepala
- 2) Satuan Pengawas Internal
- 3) Seksi Operasional dan Pelayanan Publik
- 4) Analisis Harga dan Pasar (Gasar), Kemitraan dan *On Farm*
- 5) Seksi Komersial

- 6) Seksi Administrasi dan Keuangan
- 7) Seksi Akuntansi, Manajemen Resiko dan Kepatuhan
- 8) Seksi Pengadaan Beras dan Pangan Pokok Lain
- 9) Seksi Gudang

4.2.2. Deskripsi Kegiatan Seksi

Seksi-seksi di Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Semarang memiliki kegiatan masing-masing sesuai tugasnya antara lain sebagai berikut.

1. Seksi Operasional dan Pelayanan Publik

Seksi ini melakukan pengelolaan pergudangan, penyiapan sarana dan prasarana pengolahan gabah, beras dan bahan pokok lain; administrasi dan operasional persediaan, perawatan, pengendalian mutu dan angkutan dan operasional penyaluran beras kepada kelompok masyarakat berpendapatan rendah, kelembagaan pemerintah dan CPP.

2. Seksi Analisis Harga Pasar (Gasar), Kemitraan dan *On Farm*

Seksi ini melakukan kegiatan pengamatan dan pengumpulan data harga dan pasar komposisi gabah, beras dan bahan pangan lain serta melakukan *market intelligence*, menyediakan data statistik untuk mendukung kegiatan operasional dan komersial; seleksi, evakuasi dan pembinaan mitra kerja pengadaan, pengelolaan kegiatan dan *on farm* padi dan pangan pokok lain.

3. Seksi Komersial

Seksi Komersial melakukan kegiatan pemasaran produk, kerja sama pemasaran dan promosi dengan pihak lain, dan melakukan perdagangan produk untuk komersil.

4. Seksi Administrasi dan Keuangan

Kegiatan seksi ini adalah melakukan pengelolaan data SDA; administrasi dan verifikasi seluruh proses penerimaan dan pengeluaran transaksi keuangan, pengelolaan surat menyurat, kerumahtanggaan dan inventarisasi.

5. Seksi Akuntansi, Manajemen Resiko dan Kepatuhan

Seksi ini melakukan kegiatan pencatatan, pengecekan, pengkoreksian dan pengarsipan seluruh transaksi keuangan, perpajakan dan menyusun laporan keuangan.

6. Seksi Pengadaan Gabah/Beras dan Pangan Pokok Lain

Kegiatan seksi ini adalah melakukan pengadaan gabah dan beras medium atau premium dan pangan pokok lain, penyiapan perangkat pemeriksa kualitas dan administrasi pengadaan seperti kontrak dan sebagainya..

4.2.3. Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu

Perum Bulog Divisi Regional Jawa Tengah berkedudukan di ibu kota provinsi Jawa Tengah yaitu Semarang. Divisi Regional Jawa Tengah memiliki cabang di bawahnya yang mengurus penyaluran tiap-tiap daerah yang disebut Sub Divisi Regional. Sub Divisi Regional bertanggung jawab kepada Divisi Regional dengan melaporkan segala aktivitas kepada Divisi Regional.

Perum Bulog Divisi Regional Jawa Tengah memiliki 6 Sub Divisi Regional yaitu sebagai berikut:

1. Sub Divisi Regional Semarang
2. Sub Divisi Regional Pati
3. Sub Divisi Regional Surakarta
4. Sub Divisi Regional Banyumas
5. Sub Divisi Regional Kedu
6. Sub Divisi Regional Pekalongan

Sub Divisi Regional merupakan eks-karesidenan, yang seluruhnya terdiri dari 35 Kabupaten atau Kota.

Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu merupakan berlokasi di Jl. Sarwo Edhi Wibowo No. 2, Banyurojo, Mertoyudan, Magelang. Sub Divisi Regional wilayah ini membawahi 6 kabupaten/kota, yaitu Kabupaten Magelang, Kota Magelang, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo. Sub Divisi Regional ini juga memiliki 5 gudang yang bertempat di 5 Kabupaten yaitu sebagai berikut.

1. Kabupaten Magelang : Gudang 501 (Mertoyudan, Secang)
2. Kabupaten Kebumen : Gudang 502 (Selang)
3. Kabupaten Temanggung : Gudang 503 (Kranggan)
4. Kabupaten Wonosobo : Gudang 504 (Sawangan)
5. Kabupaten Purworejo : Gudang 505 (Butuh)

Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu saat ini memiliki beberapa kegiatan usaha terkini antara lain.

1. *Public Service Obligation (PSO)*

PSO adalah pelayanan publik yang dilakukan oleh BUMN. Perum Bulog Sub Divisi Regional Kedu memiliki tugas untuk menyalurkan beras berdasarkan perintah logistik (prinlog) yaitu beras untuk Bina Tuna Warga (BTW) atau Lembaga Pemasyarakatan, beras untuk TNI/POLRI (Pendidikan, dan lain-lain) dan beras transmigrasi. Selain itu, Sub Divisi Regional ini juga bertugas melakukan penyaluran beras nonprinlog yaitu melakukan operasi pasar dan mendistribusikan beras untuk masyarakat miskin (raskin).

Operasi pasar dilakukan untuk menstabilisasi harga bahan pokok, mengantisipasi terjadinya kenaikan harga serta mengawasi distribusi beras atau gabah baik pada petani maupun masyarakat. Operasi pasar biasanya dilakukan untuk menambah jumlah pasokan beras melalui penjualan, baik melalui pedagang besar, pengecer maupun penjualan langsung kepada konsumen. Ketika harga bahan pokok naik, Bulog akan menjual berbagai bahan pokok dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar. Operasi pasar biasanya dilaksanakan di pasar-pasar tradisional setempat.

Raskin bertujuan untuk membantu rumah tangga miskin dalam memperkuat ketahanan pangannya. Alur distribusi raskin dimulai dari Perum Bulog pusat kemudian ditangani oleh Divisi Regional kemudian disalurkan oleh Sub Divisi Regional ke masing-masing kabupaten/kota setelah melalui pemerintah kabupaten/kota hingga pemerintah desa.

2. Komersil

Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu juga memiliki usaha komersil yaitu perdagangan bahan pangan seperti beras, minyak goreng, gula, bawang merah dan bawang putih melalui Bulog Mart (sejak tahun 2016 disebut Bagian Komersil). Bagian komersil ini tidak terikat dengan kebijakan pemerintah sehingga bagian komersil merupakan bagian penjualan yang memperhatikan profit atau keuntungan perusahaan.

Bagian komersil saat ini memiliki tugas untuk mengelola penjualan beras premium yang tidak mendapat subsidi dari pemerintah. Penjualan oleh bagian ini ditujukan untuk meraih keuntungan. Meskipun menjual bahan pokok, bagian ini tidak terkait dengan kebijakan-kebijakan Perum Bulog seperti pengadaan, stabilisasi harga, distribusi, dan sebagainya. Penjualan beras oleh bagian ini dilakukan di kantor bulog. Pembayaran dapat menggunakan tunai maupun non tunai dan dapat dilakukan dengan sistem kredit.

4.3. Deskripsi Variabel

4.3.1. Kualitas Beras

Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu menyerap beras dari petani dan beberapa mitra. Tidak ada batasan jumlah stok yang diterima oleh Bulog. Jika beras yang dijual ke Bulog memenuhi syarat maka akan diterima Bulog dan disimpan di gudang atau langsung dijual di bagian komersil. Terdapat dua macam beras yang dikelola oleh Bulog, yaitu beras raskin dan beras komersil. Beras raskin adalah beras yang khusus didistribusikan kepada masyarakat miskin

dan disubsidi oleh pemerintah. Beras raskin tidak diperuntukkan untuk dijual secara umum dan hanya dijual pada waktu yang telah ditentukan.

Beras raskin adalah beras yang harus memenuhi syarat untuk disimpan beberapa bulan di gudang. Syarat tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Kadar air maksimal 14%
2. Derajat sosoh 95%
3. Butir menir maksimal 2%
4. Butir patah maksimal 20%

Beras komersil adalah beras yang dijual kepada masyarakat umum dengan kualitas premium. Terdapat dua jenis beras komersil yang dijual oleh Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu, yaitu beras Kristal dan beras Super. Beras kualitas premium adalah beras dengan kualitas sebagai berikut.

1. Kadar air maksimal 14%
2. Derajat sosoh 95%
3. Butir menir maksimal 0-1%
4. Butir patah maksimal 5-10%

Kualitas diukur dengan menggunakan kriteria-kriteria tersebut. Untuk mengukur kadar air digunakan alat yang disebut tester kadar air. Pengukuran derajat sosoh, butir menir dan butir patah Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu tidak menggunakan alat melainkan menggunakan beras pembanding. Beras yang memenuhi syarat sebagai beras premium dijadikan pembanding beras yang akan masuk ke Bulog. Apabila beras tersebut kurang lebih sama atau lebih bagus dari beras pembanding maka beras akan diterima. Jika

beras tersebut lebih jelek dari beras pembanding maka akan ditolak. Hal ini untuk mempermudah pembelian karena alat untuk mengukur derajat sosoh, butir menir dan butir patah di Kedu hanya dimiliki oleh gudang Bulog 505 Kabupaten Purworejo.

Kualitas beras Bulog sangat diperhatikan sehingga harus memenuhi persyaratan yang ditentukan. Kadar air maksimal adalah 14% untuk menjaga agar kualitas beras tetap terjaga. Jika kadar air lebih dari 14% maka beras akan ditolak untuk menjaga kualitas beras Bulog meskipun beras di pasaran biasanya memiliki kadar air lebih dari 14%. Ratnawati *et al.* (2013) mengatakan bahwa kadar air dalam beras yang disimpan harus dibawah 14% karena kadar air yang tinggi atau lebih dari 14% menyebabkan beras mengalami degradasi yang ditandai dengan warna yang menguning dan naiknya butir patah dan menir. Semakin tinggi kadar air maka kemungkinan adanya butir menir dan butir patah semakin tinggi. Derajat sosoh juga harus diperhatikan karena derajat sosoh sangat mempengaruhi penampilan beras karena masyarakat lebih menyukai beras dengan penampakan yang bersih. Hal ini sesuai dengan pendapat Tarigan dan Kusbiantoro (2011) yang menyatakan bahwa proses penyosohan penting untuk diperhatikan, agar kandungan gizi dan aroma beras masih ada serta penampakannya disukai konsumen.

Penggolongan beras premium Kristal dan Super juga didasarkan bentuk fisik dan kualitasnya. Kualitas yang membedakan beras Kristal dan Beras Super antara lain aroma, tekstur dan daya tahan. Berikut perbedaan beras Kristal dan beras Super.

Tabel 4. Perbedaan Beras Kristal dan Super

No	Perbedaan	Kristal	Super
1	Bentuk	Lonjong dan ramping	Lonjong
2	Aroma	Tidak beraroma	Tidak beraroma
3	Tekstur	Pera	Pulen
4	Daya tahan	Lebih dari 3 bulan	Maksimal 3 bulan

Sumber: Data Primer, 2017

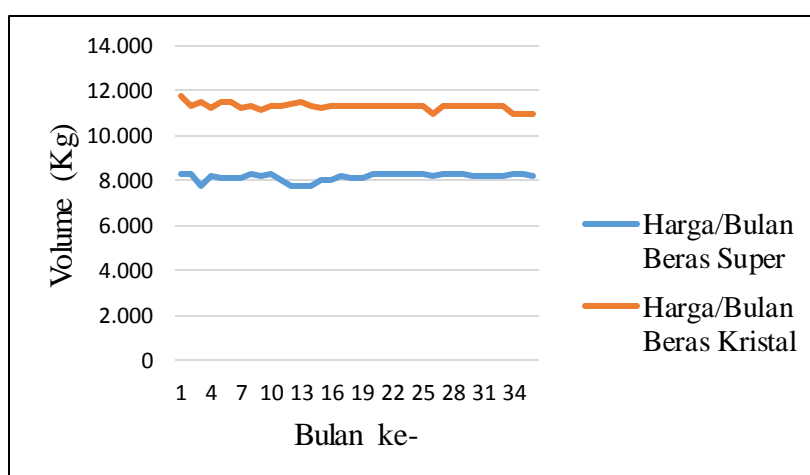
Beras Kristal (Gambar 1. Lampiran 8) umumnya memiliki bentuk panjang, ramping jika dimasak agak pera, dan cukup langka di pasaran. Beras Kristal memiliki daya tahan yang lama, meskipun disimpan lebih dari 3 bulan teksturnya tetap sama. Beras Super memiliki bentuk lonjong tetapi lebih besar dari beras Kristal, pulen jika dimasak tetapi tidak mengeluarkan aroma wangi. Beras Super (Gambar 2. Lampiran 8) jika disimpan lebih dari 3 bulan maka teksturnya akan berubah tidak sepulen beras yang baru. Kedua variasi beras ini dipilih untuk dijual di Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu untuk mensiasati selera pelanggan disamping juga mementingkan mutu atau kualitas. Hal ini didukung oleh pendapat Wongpornchai *et al.* (2004) yang menyatakan bahwa banyaknya jenis beras yang beredar dipasaran menimbulkan tuntutan terhadap peningkatan mutu, baik penampilan, mutu masak, maupun aroma.

Konsumsi beras Super dan Kristal cenderung sesuai selera. Beras Kristal yang memiliki kualitas lebih baik kurang disukai karena teksturnya yang pera sehingga penjualannya lebih sedikit daripada beras Super. Beras Super yang memiliki kualitas dibawah beras Kristal meskipun memiliki standar yang lebih rendah dan daya tahannya kurang dari beras Kristal tetapi jika dimasak rasanya pulen sehingga lebih disukai dan lebih dipilih oleh masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat

Damardjanti dalam Wibowo *et al.* (2007) yang menyatakan bahwa penduduk Pulau Jawa umumnya relatif menyukai beras yang berkadar amilosa rendah sampai sedang. Kadar amilosa beras yang semakin rendah menunjukkan tingkat kepulenan yang semakin tinggi. Wibowo *et al.* (2007) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa beras yang paling banyak dikonsumsi dan disukai masyarakat Jawa Tengah adalah beras yang memiliki karakter nasi pulen sampai sedang, bertekstur lunak, dan berprotein cukup.

4.3.2. Harga Beras

Harga beras premium yang dijual oleh Bulog berkisar antara Rp 7.800 – Rp 8.300,- untuk beras Super dan Rp 11.000 – Rp 11.800,- untuk beras Kristal. Harga beras tiap bulannya berubah-ubah ini sesuai dengan harga beli dan harga pasar. Berikut grafik perubahan harga beras Super dan beras Kristal selama 3 tahun terakhir.



Ilustrasi 2. Grafik Perubahan Harga Beras Super dan Beras Kristal Tahun 2014-2016

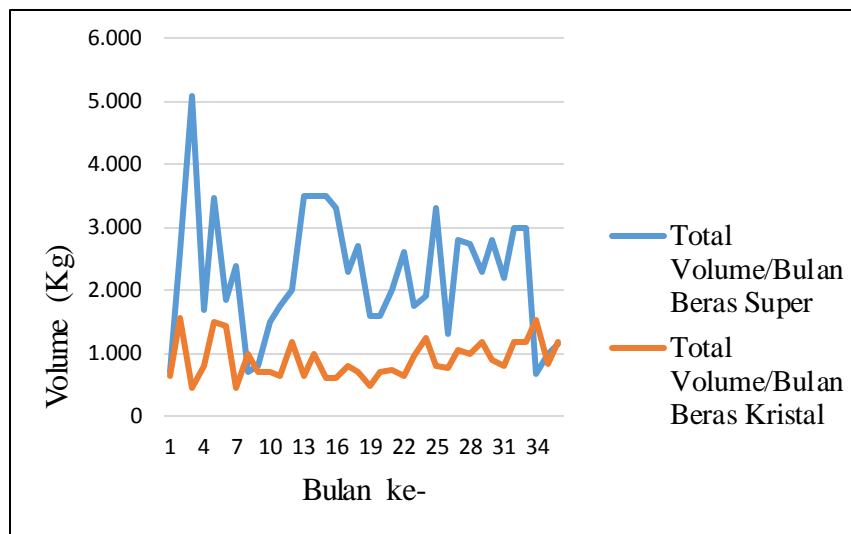
Terlihat pada grafik harga beras premium baik beras Super maupun beras Kristal berubah-ubah setiap bulannya. Tetapi perubahan yang terjadi tidak terlalu ekstrim atau berselisih jauh yang artinya harga beras premium cukup stabil setiap bulannya. Beras yang masuk ke Bulog adalah beras yang dikirim oleh mitra dan petani sehingga transportasi ditanggung oleh pengirim, dengan kata lain harga jual beras premium Bulog tidak ditambah dengan biaya transport oleh Bulog.

Harga jual beras premium murni ditentukan oleh harga beli dari petani atau mitra dan disamakan dengan harga pasar yaitu berkisar Rp 11.300,- untuk beras Kristal dan Rp 8.300,-, untuk beras Super. Harga disamakan pasar karena beras premium ditujukan untuk komersil dan mendapat keuntungan bukan merupakan beras subsidi dari pemerintah. Ardiansyah (2013) menyatakan bahwa penetapan harga yang sudah bersaing di pasar merupakan salah satu usaha perusahaannya agar dapat meningkatkan volume penjualan dan laba yang diterima. Hal ini juga didukung oleh pendapat Pristyo (2013) yang menyatakan bahwa menetapkan harga terhadap produk merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam rangka untuk memberikan suatu profit yang baik bagi perusahaan untuk menentukan suatu sasaran baik jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.

4.3.3. Volume Permintaan

Volume permintaan beras Premium Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu merupakan permintaan yang ditinjau dari volume penjualan perusahaan. Volume permintaan beras premium Bulog selalu naik turun sesuai dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Stok beras premium di Bulog

tidak dipatok pada jumlah tertentu karena Bulog menyerap semua beras dari yang memenuhi syarat untuk dibeli oleh Bulog. Semakin banyak beras yang memenuhi syarat sebagai beras premium maka semakin banyak pula jumlah stok beras premium di Bulog. Stok beras ini berasal dari beras yang dibeli dari petani maupun beras yang dibeli dari mitra yang berasal dari berbagai daerah. Apabila ada beras yang masuk kriteria beras premium maka beras itu akan diterima oleh bagian komersil dan dikemas dengan kemasan karung 15 kg. Bulog tidak menjual beras premium dengan kemasan di bawah 15 kg sehingga pembelian minimal yang dapat dilakukan oleh konsumen adalah 15 kg. Hal tersebut merupakan salah satu kekurangan dalam penjualan beras premium Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu karena masyarakat biasanya lebih memilih membeli beras dengan kemasan ekonomis 2 kg, 5 kg dan 10 kg seperti yang sudah diterapkan di minimarket, supermarket dan pedagang beras skala kecil maupun besar. Pembelian konsumen tidak menentu terpengaruhi oleh harga dan kualitas beras saat itu dan mempengaruhi volume permintaan beras yang naik turun setiap bulannya. Apabila harga naik maka volume permintaan akan turun. Naiknya harga akan menurunkan daya beli masyarakat sehingga permintaan menurun. Volume permintaan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sukirno (2005) menyatakan bahwa yang mempengaruhi permintaan antara lain harga barang itu sendiri, pendapatan, harga barang lain, selera dan faktor lain seperti jumlah penduduk dan ramalan masa depan. Berikut volume penjualan beras premium Bulog Sub Divisi Regional wilayah V Kedu.



Ilustrasi 3. Grafik Volume Penjualan Beras Premium Tahun 2014-2016

Terlihat pada grafik volume penjualan beras premium baik beras Super maupun beras Kristal mengalami perubahan setiap bulannya. Volume penjualan ini adalah volume permintaan yang mampu dipenuhi Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu. Perubahan yang terjadi tidak teratur, ada kenaikan cukup ekstrim pada beberapa titik tetapi juga ada penurunan volume penjualan. Rata-rata penjualan per bulan beras premium Kristal pada tahun 2014 adalah 923 kg, tahun 2015 sebesar 765 kg, dan tahun 2016 sebesar 1.040 kg. Rata-rata penjualan beras premium Super pada tahun 2014 sebesar 2.050 kg, tahun 2015 sebesar 2.521 kg, dan tahun 2016 sebesar 2.190 kg. Rangkuti (2009) menyatakan bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

Volume permintaan yang ditinjau dari volume penjualan beras premium ditentukan oleh pembelian yang dilakukan konsumen. Konsumen yang membeli beras premium Bulog kebanyakan adalah pedagang dan pembeli dengan kebutuhan tertentu seperti untuk *catering*, hajatan dan sebagainya. Konsumen-konsumen tersebut kebanyakan membeli beras dalam jumlah yang banyak sesuai dengan kebutuhan sehingga tidak membeli beras secara eceran. Swastha dan Irawan (2008) menyatakan bahwa pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu didasarkan jumlah unit produk yang terjual dan didasarkan pada nilai produk yang terjual (omzet penjualan). Volume penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual, yaitu jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu, sedangkan nilai produk yang terjual (omzet penjualan), yaitu jumlah nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu. Hal ini didukung oleh pendapat Asri dalam Nurcahyo (2016) yang menyatakan bahwa volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu.

4.4. Uji Normalitas Data

Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi adalah Uji Normalitas Data di mana data dan model regresi harus terdistribusi normal. Ghazali (2011^a) menyatakan bahwa jika terdapat normalitas, maka residual dan terdistribusi secara normal dan independen, yaitu perbedaan antara nilai prediksi skor yang sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetri di sekitar nilai mean sama dengan nol sehingga salah satu cara mendeteksi normalitas adalah dengan

pengamatan nilai residual. Normalitas ini dapat dilihat dari uji normalitas dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov* dari masing-masing variabel.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan *Asymp. Sig (2-tailed)*. Apabila *Asymp. Sig* $\geq 0,05$ maka H_0 diterima atau data terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 8. di Lampiran 3 Berdasarkan hasil tersebut diperoleh signifikansi variabel volume permintaan, kualitas dan harga masing-masing adalah 0,931, 0,000 dan 0,000. Syarat yang harus dipenuhi adalah asumsi Y normal. Signifikansi variabel volume permintaan (Y) $0,931 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Menurut Ghazali (2011^a) jika probabilitas signifikansi nilai K-S nilainya kurang dari 0,05 maka hipotesis nol ditolak atau tidak terdistribusi normal.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Uji Serempak (Uji F)

Uji serempak (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,099E7	2	5.487.542,629	8,718	0,001
Residual	2,077E7	33	629.467,871		
Total	3,175E7	35			

Sumber: Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 5. diperoleh hasil signifikansi F sebesar 0,001. Ghozali (2011^a) mengatakan bahwa jika probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume permintaan.

4.5.2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji-t) bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dimana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume permintaan beras premium. Besarnya pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen dilihat dari nilai koefisien regresi. Hasil uji-t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.107,934	4.297,028		4,214	0,000
Kualitas	7.066,737	2.448,898	2,080	2,886	0,007
Harga	-2,793	0,817	-2,465	-3,420	0,002

Sumber: Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 6. dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 18.107,934 + 7.066,737 X_1 - 2,793 X_2 \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

Y = Volume permintaan (Kg)

b = koefisien regresi

X₁ = Kualitas (Skor)

X₂ = Harga (Rupiah)

Berdasarkan Tabel 6. dapat dilihat bahwa signifikansi t masing-masing variabel kurang dari 0,05 sehingga masing-masing variabel baik kualitas maupun harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume permintaan. Variabel harga memiliki signifikansi yang lebih kecil dari signifikansi variabel kualitas sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga lebih mantap secara signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan Tabel 6. juga dapat dilihat bahwa variabel kualitas memiliki koefisien regresi yang lebih besar daripada koefisien regresi variabel harga. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel harga terhadap volume permintaan.

4.6. Uji Asumsi Klasik

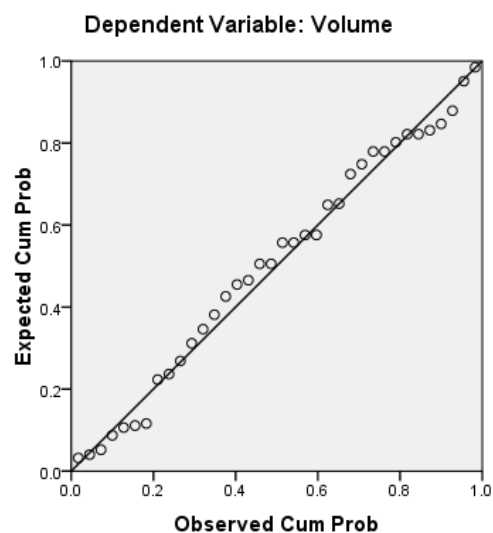
Persamaan Regresi Linear Berganda yang dihasilkan harus memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Agar dapat memenuhi kriteria BLUE maka persamaan Regresi Linear Berganda yang diperoleh diuji dengan

menggunakan Uji Asumsi Klasik yang terdiri atas Uji Normalitas Error, Autokorelasi, Heteroskedastisitas, dan Multikolinearitas.

4.6.1. Uji Normalitas Error

Normalitas error dapat dilihat dengan menggunakan *Plot of Regression Standardized of Residual*. Hasil Uji Normalitas Error dapat dilihat pada gambar berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Ilustrasi 4. Grafik Normal P-Plot Dengan Volume Penjualan (Y), Kualitas (X1), Harga (X2)

Berdasarkan analisis dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil pola distribusi mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghazali (2011^a) yang menyatakan bahwa jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.6.2. Uji Autokorelasi

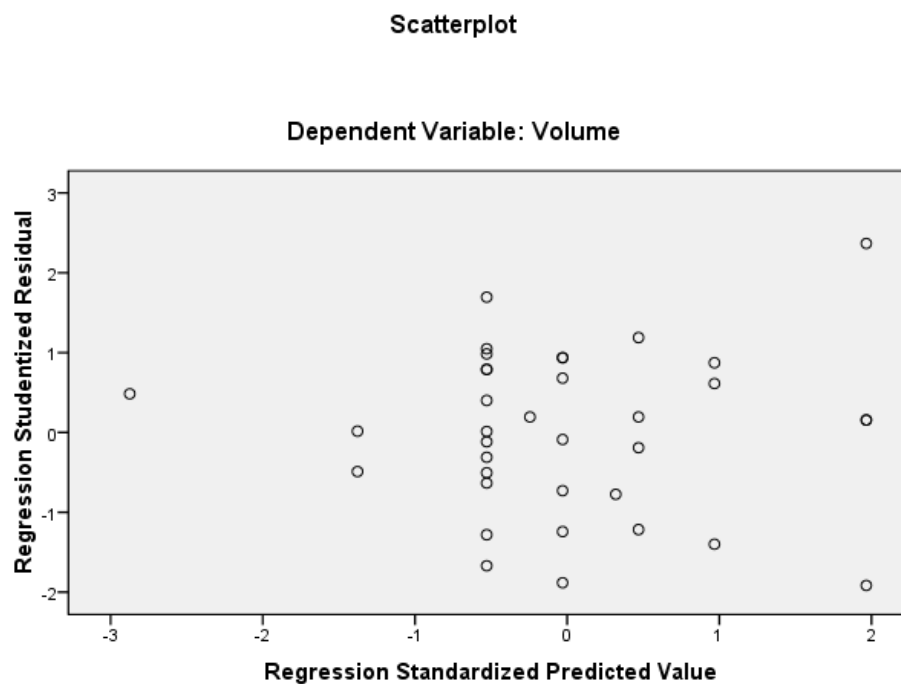
Syarat lain yang harus dipenuhi dalam analisis regresi adalah Uji Autokorelasi. Menurut Ghazali (2011^a) Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji Autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson* (uji DW). Hasil dari uji DW kemudian dibandingkan dengan nilai dL dan dU pada tabel Durbin-Watson sehingga dapat ditarik kesimpulan. Hasil uji DW dapat dilihat pada Tabel 14 pada Lampiran 7.

Berdasarkan perhitungan Tabel *Durbin-Watson* pada Lampiran 9 diperoleh dW sebesar 1,859. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan nilai signifikansi 5% dengan jumlah sampel sebanyak 36 dan jumlah variabel independen ($k=2$). Nilai dU pada tabel 1,587 dan nilai dL 1,354. $1,587 < 1,859 < 2,413$ ($4-dU$). Nilai dW lebih besar dari dU dan lebih kecil dari ($4-dU$) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi baik autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif.

4.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Sebelum melakukan Analisis Regresi, data yang digunakan juga tidak boleh heteroskedastisitas. Ghazali (2011^a) mengatakan bahwa Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik plot antara nilai prediksi

variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Berikut grafik scatterplot uji heteroskedastisitas.



Ilustrasi 5. Grafik Scatterplot ZPRED Dengan SRESID

Berdasarkan grafik plot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal itu berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.6.4. Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hal tersebut dapat diketahui dengan melakukan Uji Multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas melihat nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai ukuran untuk menunjukkan setiap variabel

independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Hasil pengujian multikolinearitas melalui program SPSS dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Nilai *Tolerance* dan VIF

Model	Statistik Kolinearitas		Syarat		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	<i>Tolerance</i>	VIF	
Kualitas	0,038	26,200	0,1	10	Terjadi
Harga	0,038	26,200	0,1	10	Multikolinearitas

Sumber: Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 7. diketahui bahwa nilai *Tolerance* $0,038 < 0,1$ dan VIF $26,200 > 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Dalam rangka mengatasi multikolinearitas maka analisis yang digunakan adalah analisis path untuk mengetahui pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Sumarjono dan Edy (2005) menyatakan bahwa dalam hubungan berganda, koefisien korelasi parsial tidak sama dengan koefisien regresi standar parsialnya. Koefisien regresi standar parsial dapat digunakan untuk memperkirakan koefisien jalin yang merupakan besarnya pengaruh langsung satu variabel X yang berkorelasi dengan variabel X yang lain terhadap variabel Y. Berdasarkan pernyataan tersebut dan melihat Tabel 6. diperoleh persamaan Regresi Linear Berganda yang baru yaitu sebagai berikut.

$$Y = 18.107,934 + 2,080 X_1 - 2,465 X_2 \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

Y = Volume permintaan

b = koefisien regresi

X₁ = Kualitas (Skor)

X_2 = Harga (Rupiah)

Berdasarkan Tabel 6. dan persamaan (3) diketahui bahwa secara serempak maupun parsial variabel kualitas dan harga berpengaruh secara signifikan. Besarnya nilai koefisien regresi standar variabel kualitas lebih kecil daripada nilai koefisien regresi standar variabel harga sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh langsung yang lebih besar daripada variabel kualitas terhadap volume permintaan.

Berdasarkan Tabel 14. pada Lampiran 5 diperoleh hasil Adjusted R Square sebesar 0,306. Artinya variabel kualitas dan harga mampu menjelaskan variasi volume permintaan sebesar 30,6%. Ghazali (2011^b) mengatakan bahwa nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square bukan R Square dari model regresi karena R Square akan bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.

4.7. Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Volume Permintaan

Hasil penelitian dengan jelas menunjukkan bahwa kualitas dan harga berpengaruh terhadap volume permintaan beras premium di Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu. Hal tersebut berarti bahwa kualitas dan harga mampu mempengaruhi volume permintaan yang ditinjau dari volume penjualan perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pristyo (2013) yang menyatakan bahwa kualitas dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Mokalu dan Tumbel (2015) dalam penelitiannya juga

menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh baik secara serempak maupun parsial terhadap volume penjualan.

Analisis regresi menghasilkan persamaan (3). Dalam persamaan tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar 18.107,934. Konstanta ini menunjukkan besarnya nilai Y atau volume permintaan jika variabel kualitas dan harga sama dengan 0. Pada persamaan (3) diperoleh koefisien regresi standar variabel kualitas sebesar 2,080 artinya jika kualitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka volume permintaan akan naik sebesar 2,080 kg. Koefisien regresi standar variabel harga sebesar -2,465 artinya jika terjadi peningkatan sebesar satu satuan atau Rp 1,- pada variabel harga maka volume permintaan akan turun sebesar 2,465 kg.

Berdasarkan hasil Uji-t pada Tabel 6. diperoleh hasil koefisien regresi standar variabel kualitas sebesar 2,080 dan harga sebesar -2,465, artinya variabel harga memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel kualitas terhadap volume permintaan. Volume permintaan merupakan angka volume penjualan nyata perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinulingga (2015) yang menyatakan bahwa dari seluruh komponen bauran pemasaran, harga mempunyai pengaruh yang besar dibandingkan aspek lain. Khulud (2013) juga menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Harga lebih berpengaruh terhadap volume permintaan dapat disebabkan karena konsumen beras premium Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu mayoritas adalah pedagang dan konsumen dengan kebutuhan tertentu seperti untuk

catering sehingga lebih mementingkan harga yang terjangkau. Menurut Chandra (2002) harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli. Dengan demikian, harga dapat menjadi acuan konsumen untuk membeli beras di Perum Bulog SubDivisi Regional Wilayah V Kedu.

Kenaikan harga dapat menyebabkan penurunan volume permintaan. Hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi, ketika harga naik maka permintaan akan turun. Masyarakat akan mempertimbangkan kembali jika akan membeli beras dengan kualitas yang sama tetapi dengan harga yang lebih mahal. Jika harga naik, beberapa orang biasanya akan memilih membeli beras yang lebih murah walaupun kualitasnya lebih rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat Tarigan *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa jika harga beras naik maka jumlah beras yang diminta cenderung turun. Chandra (2002) mengatakan harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian produk, kerap kali harga menjadi satu-satunya faktor yang dapat mereka mengerti. Tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator kualitas.